

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Kualitatif

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang akan mengamati dan memahami tentang fenomena apa yang terjadi yang disebabkan oleh perilaku, tindakan dan lainnya dari subyek penelitian yaitu yang berada didalam iklan aplikasi karaoke Starmaker versi “Ekspresikan Suaramu”. Pada *scene* saat seorang pria dewasa yang tiba- tiba mengenakan pakaian wanita dan bernyanyi layaknya diva dan akan dianalisis dengan cara deskripsi dalam bentuk rangkaian kata- kata dan bahasa yang nantinya juga akan memanfaatkan metode ilmiah. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif ini maka, di dalam penelitian ini akan menganalisis simbol, makna, perilaku dan bahasa yang ditampilkan dalam iklan aplikasi karaoke Starmaker versi “Ekspresikan Suaramu” (Moleong, 2004). Lalu menggunakan metode kualitatif akan menjelaskan kasus secara rinci dan apa adanya (H.B. Sutopo, 2002: 111) terkait fenomena yang ditampilkan dalam iklan aplikasi karoke Starmaker versi “Ekspresikan Suaramu” adalah pria dewasa yang tiba- tiba mengenakan pakaian wanita dan bernyanyi layaknya diva.

3.2 Bentuk Data

Data – data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu

3.2.1 Gambar

Data gambar adalah salah satu data yang penting dalam penelitian ini karena penelitian ini membahas visual dari sebuah iklan, maka data gambar dalam penelitian ini diperoleh dari hasil tangkapan layar video iklan aplikasi karaoke Starmaker versi “Ekspresikan Suaramu”(Didit Widiatmoko S, 2019: 74).

3.2.2 Literatur

Literatur yang dikaji dalam penelitian ini adalah beberapa literatur yang berkaitan dengan topik yang di angkat dalam penelitian ini salah satunya yaitu teori semiologi milik Roland Barthes yang akan digunakan untuk memperluas wawasan tentang topik yang di angkat dan menganalisisnya (Dr, Farida Nugrahani, M.Hum. 2014: 71).

3.2.3 Audio Visual

Data audio visual yang digunakan dalam penelitian ini yaitu adalah video iklan aplikasi karaoke Starmaker versi “Ekspresikan Suaramu” yang berdurasi 30 detik.

3.2.4 Pendapat Ahli

Didapatkan dari hasil wawancara narasumber berupa audio visual atau rekaman suara.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa :

1. Melalui observasi daring dengan maksud mengumpulkan data yang didapat dari hasil pengamatan yang dilakukan terhadap obyek penelitian (Riyanto, 2001 dalam Abdi Husnu, 2020: 125) ini yaitu dari tayangan video iklan aplikasi karaoke Starmaker versi “Ekspresikan Suaramu” dengan durasi iklan yaitu 30 detik yang ditayangkan di televisi dan media *youtube*.
2. Mengkaji literatur ilmiah yang berkaitan dengan obyek penelitian ini salah satunya yaitu teori semiotika dari Roland Barthes dengan tujuan untuk mengetahui banyak hal tentang apa saja yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu semiotika dan dalam hal ini agar teori yang dipakai sesuai dengan pengetahuan, konsep dan ketentuan yang sudah ada sebelumnya (Abadi Husnu, 2020:100).
3. Melakukan wawancara dengan para ahli dibidang periklanan dan jenis wawancara yang dipilih yaitu wawancara terpimpin yang akan mengumpulkan data- data yang dibutuhkan dan bersifat sistematis sehingga mudah untuk diolah (Abadi Husnu, 2020:140)

3.4 Sumber Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini didapatkan dari :

1. Gambar

Dalam penelitian ini membutuhkan gambar yang digunakan untuk menganalisis topik yang akan dibahas yaitu berupa hasil tangkapan layar yang diambil dari cuplikan atau scene video iklan aplikasi karaoke Starmaker versi “Ekspresikan Suaramu”.

2. Observasi Daring

Melalui observasi daring ini, penulis menemukan sebuah fenomena atau peristiwa yang didapatkan dengan cara mengamati objek dari penelitian ini yaitu video iklan aplikasi karaoke Starmaker versi “Ekspresikan Suaramu” yang memiliki durasi 30 detik dan ditayangkan melalui televisi dan Youtube.

3.Literatur

Sumber literatur yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dari beberapa jurnal, e-book dan buku yang berkaitan dengan topic ini yaitu semiotika milik Roland Barthes dan periklanan.

4.Narasumber

Penelitian ini juga memerlukan data yang diperoleh melalui narasumber ahli dalam bidang periklanan yang berdomisili di kota Semarang dan diperlukan untuk memberi tanggapannya tentang objek penelitian ini yaitu video Iklan aplikasi karaoke Starmaker versi “Ekspresikan Suaramu”.

5.Rekaman

Data rekaman yang digunakan dalam penelitian ini yaitu rekaman audio yang berasal dari hasil wawancara penulis dengan narasumber ahli dengan topik yang di angkat dalam penelitian.

3.5 Analisis Data

Metode analisis yang akan dipakai dalam penelitian ini yaitu analisis interaktif yang di dalamnya aka nada 3 tahap komponen yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles dan Huberman, 1994 :10). Dimana data yang di ambil dan digunakan dalam penelitian ini diambil dari literatur- literatur yang berkaitan dengan topik yang di bahas, wawancara narasumber ahli yang menghasilkan data audio visual atau rekaman, dan observasi daring dan setelah itu akan dianalisa menggunakan analisis interaktif.

Dalam menganalisa, penulis menggunakan teori semiotika milik Roland Barthes untuk memperkuat analisa yang akan dilakukan.